



TURISMO SOSTENIBILE: I BRAND DELLE DOLOMITI E DEL PROSECCO TRA PERCEZIONE E OPPORTUNITÀ

I risultati di una ricerca condotta sui mercati chiavi per il turismo:
Italia, Germania, Regno Unito e Stati Uniti

Belluno-Treviso, 12 Marzo 2025 – La **Camera di Commercio di Treviso-Belluno | Dolomiti** ha presentato, in collaborazione con Venicepromex, nella splendida cornice di Castelbrando, l'importante ricerca sul turismo sostenibile delle Dolomiti e delle Colline del Prosecco di Conegliano - Valdobbiadene, affidata alla Dott.ssa **Roberta Garibaldi** Docente all'Università di Bergamo, key note speaker ai principali eventi mondiali sul turismo, dal Forum di Davos a quelli di Unwto.

L'analisi ha permesso di esplorare in profondità il modo in cui i viaggiatori di **Italia, Germania, Regno Unito e Stati Uniti** scelgono le loro mete, individuando le leve emozionali e le motivazioni che li spingono a vivere un'esperienza in sintonia con la natura e la cultura locale. Questo approccio scientifico, basato sul marketing orientato al mercato (Effective, Market-oriented, Evidence-based Marketing), offre una prospettiva concreta per valorizzare ancora di più il nostro territorio e rafforzarne l'attrattività.

Un nuovo modo di raccontare la sostenibilità

Uno degli aspetti più interessanti emersi dallo studio riguarda il diverso modo di intendere il turismo sostenibile. Se per gli operatori del settore la sostenibilità è spesso legata a certificazioni, riduzione dell'impatto ambientale e aspetti tecnici, i viaggiatori la percepiscono come un'esperienza che permette di rallentare, immergersi nella bellezza dei luoghi e riscoprire sapori autentici. **Questa differenza di prospettiva rappresenta**





un'opportunità straordinaria per costruire un racconto che metta al centro le persone, le emozioni e il legame profondo con il territorio.

I dati mostrano, infatti, come i viaggiatori cerchino esperienze capaci di coinvolgerli e lasciar loro un ricordo indelebile. Il turismo sostenibile non è solo una scelta responsabile, ma un modo di vivere il viaggio con autenticità, lasciandosi ispirare dalla natura e dalla cultura locale. Le Dolomiti e la terra delle Colline del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene offrono tutto questo: panorami straordinari, tradizioni radicate, ospitalità genuina e un'enogastronomia di eccellenza.

Un'opportunità per rafforzare il posizionamento del territorio

I risultati della ricerca tracciano un percorso chiaro: raccontare il turismo sostenibile attraverso storie che parlano di esperienze reali, di benessere e di armonia con l'ambiente. Lontano dal concetto di turismo di massa, i nostri territori possono offrire un'accoglienza su misura, dove ogni viaggiatore si sente parte di un luogo che sa custodire le proprie tradizioni e, al tempo stesso, accoglierlo con calore.

Le nuove generazioni, in particolare, guardano al turismo con occhi diversi, cercando esperienze più immersive e consapevoli. Il turismo sostenibile è un percorso in continua evoluzione, che si adatta alle esigenze di chi viaggia e si arricchisce grazie ai nuovi strumenti di comunicazione. Interpretare questi cambiamenti significa trasformare ogni sfida in un'opportunità di crescita, rendendo il nostro territorio ancora più attrattivo e competitivo a livello internazionale.

La dichiarazione di Federico Caner Assessore Regionale al Turismo, Commercio estero e internazionalizzazione, Attività Promozionali, Economia e Sviluppo

Il destination branding è un elemento chiave per rafforzare la competitività del Veneto sul mercato globale. Non si tratta solo di promuovere una località, ma di costruire un'immagine coerente, attrattiva e riconoscibile. In questo contesto, l'indagine condotta con il competente apporto della prof.ssa Roberta Garibaldi e del dott. Antonio Pezzano si inserisce perfettamente nella nostra visione: analizzare come i turisti percepiscono le Dolomiti e le Colline del Prosecco ci permette di affinare le strategie promozionali e di comunicazione, valorizzando al meglio le peculiarità di questi territori. L'indagine presentata oggi non è quindi un punto di arrivo, ma un punto di partenza per un lavoro ancora più mirato e incisivo. La valorizzazione delle Dolomiti bellunesi e delle Colline del Prosecco non passa solo attraverso la promozione, ma anche attraverso azioni concrete che rendano questi territori sempre più attrattivi e sostenibili. La Regione del Veneto continuerà a supportare queste strategie, nella convinzione che il turismo sia un motore di crescita, sviluppo e innovazione per il nostro territorio.



La dichiarazione del Presidente della Camera di Commercio di Treviso – Belluno | Dolomiti Mario Pozza

*La ricerca ci stimola a guardare avanti con una nuova prospettiva – evidenzia il Presidente della Camera di Commercio **Mario Pozza** -, mettendo al centro le persone più che le regole. Il turismo sostenibile non è solo un insieme di buone pratiche, ma un modo di vivere e far vivere il territorio. Dobbiamo ricreare gli ambienti che abbiamo sempre vissuto in queste terre meravigliose e invitare i nostri ospiti a condividere quelle emozioni autentiche che parlano a tutti, indipendentemente dalla lingua. Gli occhi e i cuori si emozionano allo stesso modo in ogni parte del mondo.*

Abbiamo davanti un'opportunità straordinaria -esorta Pozza - : rafforzare le connessioni istituzionali, valorizzare la forza degli italiani all'estero, che sono i migliori ambasciatori del nostro territorio. Hanno vissuto l'Italia, la conoscono nel profondo e possono tradurre la sua essenza per chi viene a scoprirla. Dobbiamo far sì che le Dolomiti e le Colline del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene diventino porte d'accesso per chi vuole portare nei propri cuori l'Italia più vera.

Questa ricerca non è solo un'analisi, ma un punto di partenza per costruire un percorso nuovo dopo il grande lavoro svolto in sinergia tra le istituzioni del territorio e le imprese. Ogni risultato emerso è un'opportunità per crescere, per migliorare il racconto del nostro territorio e per rafforzarne il valore. Il turismo sostenibile è un viaggio che evolve con il tempo, con le nuove generazioni e con i nuovi strumenti di comunicazione. È nostra responsabilità interpretare questi cambiamenti e trasformarli in valore per le nostre comunità e per chi sceglie di vivere un'esperienza autentica nelle nostre terre. La Camera di Commercio di Treviso-Belluno | Dolomiti continuerà a lavorare per sostenere la promozione del territorio attraverso strategie innovative e basate su dati concreti, rafforzando il legame tra turismo sostenibile e attrattività delle destinazioni.

– assicura il Presidente **Mario Pozza** - .

Dichiarazione della Dott.ssa Roberta Garibaldi Presidente Associazione Italiana Turismo Enogastronomico – Professoressa Università di Bergamo

Il brand Dolomiti è, come previsto, tra i più riconosciuti nel turismo sostenibile. Tuttavia, la ricerca mostra che questa associazione non è completa: i viaggiatori collegano spontaneamente il nome Dolomiti solo ad alcune esperienze specifiche di turismo sostenibile, come la natura e le attività all'aria aperta. Ci sono quindi opportunità per rafforzare questa posizione, ampliando l'associazione del brand ad altre situazioni di vacanza sostenibile che oggi non emergono con la stessa forza. Prosecco è un marchio di fama globale, ma oggi non è mentalmente disponibile come destinazione per il turismo



*sostenibile. Per aumentare la sua rilevanza, dovrebbe essere legato a esperienze slow e immersive, come il benessere nei vigneti, i percorsi in e-bike o il turismo stagionale tra le colline. Comprendere i "punti di accesso mentali" – conclude la **Garibaldi** - ci permette di parlare la lingua dei turisti e di inserirci nei loro processi decisionali. Il futuro del turismo sostenibile passa dalla capacità di creare connessioni mentali forti e pertinenti con i viaggiatori.*

Dati Statistici

I flussi turistici gennaio-novembre 2024 (e anno 2023) per le province di Belluno e Treviso e per l'area Unesco di Conegliano Valdobbiadene e capacità ricettiva anno 2023 (di fonte Regione Veneto e Istat)

Dai dati si rileva **una crescita del turismo** in particolare nell'area Unesco del Prosecco di Conegliano-Valdobbiadene.

Nell'area Unesco di Conegliano-Valdobbiadene gli arrivi sono aumentati del +15,5% (dall'anno 2019 all'anno 2023).

E' il **turismo extra-alberghiero** a crescere (+33,8% è l'incremento dal 2019, anno in cui l'area è diventata patrimonio Unesco, all'anno 2023) e in crescita sono anche gli arrivi nei primi 11 mesi 2024 rispetto ai primi 11 mesi 2023.

Sempre nell'area Unesco di Conegliano-Valdobbiadene **sono aumentati gli esercizi ricettivi extralberghieri (+58,1% dall'anno 2018 all'anno 2023)**

Belluno

Rispetto al 2019 gli **arrivi turistici sono in aumento anche nella provincia di Belluno** (+11%, dall'anno 2019 all'anno 2023). Nei primi 11 mesi 2024 gli arrivi nella provincia bellunese si posizionano su livelli analoghi allo stesso periodo del 2023, ma per avere il bilancio completo anche dell'andamento della stagione invernale bisogna attendere i dati di dicembre.

Schede demografia d'impresa al 31 dicembre 2024 (di fonte Infocamere)

Nell'area che comprende i **29 Comuni dell'area Unesco di Conegliano-Valdobbiadene**, si concentra circa **un quarto delle unità locali attive e degli addetti provinciali**;



L'area che comprende i **41 Comuni dell'area Unesco delle Dolomiti Bellunesi** rappresenta il 75% delle unità locali attive ed quasi l'80% degli addetti della provincia di Belluno.

Informazioni:

Ufficio Promozione interna

telefono: 0422 595333 - 273 - 222

e-mail: promozione.interna@tb.camcom.it